

**SITI FATIMAH (2011). Basic Function of Facebook Usage Frequency Difference in Relation to Extrovert and Introvert Personality Type on Faculty of Psychology UIN Suska Riau Student.**

---

**ABSTRACT**

*Facebook is quickly becoming one of the most popular tools for social communication. Facebook is web-based services that allow people to create public profile and share the connection with other users. Facebook also allow people of all ages to utilize online friendship in new ways.*

*The purpose of this research was to find out of the differences on basic function of facebook usage frequency according to the extrovert and introvert personality type.*

*The research population was faculty of psychology UIN Suska Riau student who were at 2006 – 2009 academic year. The subjects were 226 students, with extrovert and introvert personality type. The subject were taken by using purposive sampling technique.*

*The data were collected using questioner and Eysenck's Personality Inventory (EPI).*

*The data were analyze using independent sample t-test by SPSS17.0 for Windows.*

*The result of this study showed that there was a significant difference on basic function of facebook usage frequency according to the extrovert and introvert personality type, in which the frequency is greater on the subject with extrovert personality personality type than introvert personality type (  $F = 3.300$ ,  $p = 0,005$  )*

*Keyword : basic function of facebook usage frequency, personality type.*

**SITI FATIMAH (2011). Perbedaan Frekuensi Penggunaan Fungsi Dasar Facebook Ditinjau Dari Tipe Kepribadian Ekstrovert dan Introvert Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Suska Riau.**

---

**ABSTRAKSI**

Facebook merupakan salah satu perangkat komunikasi sosial yang populer dewasa ini. Facebook merupakan sebuah web berbasis layanan yang memungkinkan seseorang untuk membuat profil dan membaginya kepada pengguna yang lain. Facebook juga memungkinkan semua orang dari semua usia untuk membangun sebuah pertemanan online dengan cara yang baru.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan penggunaan fungsi dasar Facebook ditinjau dari tipe kepribadian introvert dan ekstrovert.

Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa fakultas Psikologi UIN Suska Riau angkatan 2006-2009. Subjek penelitian yang diambil adalah sebanyak 226 orang mahasiswa dengan tipe kepribadian introvert dan ekstrovert. subjek penelitian diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling.

Metode pengumpulan data menggunakan angket frekuensi penggunaan fungsi dasar Facebook dan Eysenck's Personality Inventory (EPI). Data penelitian dianalisis dengan menggunakan teknik independent sample t-test dengan menggunakan bantuan program SPSS 17.0 for Windows.

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat perbedaan penggunaan fungsi dasar Facebook yang signifikan pada mahasiswa ( $F= 3.300$ ,  $p=0.005$ ), dimana mahasiswa dengan tipe kepribadian ekstrovert memiliki frekuensi yang lebih tinggi dalam menggunakan fungsi dasar Facebook dibanding dengan mahasiswa dengan tipe kepribadian introvert

Kata kunci: frekuensi penggunaan fungsi dasar Facebook, tipe kepribadian.

## DAFTAR ISI

	Halaman
PENGESAHAN PEMBIMBING	i
PENGESAHAN PENGUJI	ii
PERSEMBAHAN	iii
MOTTO	iv
ABSTRACS	v
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

## BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Maksud dan Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8

## BAB II LANDASAN TEORI

A. Frekuensi Penggunaan Fungsi Dasar Jejaring Sosial	
Facebook .....	9
1. Definisi Frekuensi Penggunaan Fungsi Dasar Facebook ...	9
2. Faktor yang Membuat Facebook Banyak Digunakan .....	12
B. Tipe Kepribadian .....	15
1. Definisi Kepribadian .....	15
2. Penggolongan Kepribadian .....	16
3. Tipe Kepribadian Ekstrovert .....	18
4. Tipe Kepribadian Introvert .....	19
C. Kerangka Pemikiran, Asumsi dan Hipotesis .....	20
1. Kerangka Pemikiran .....	20
2. Asumsi .....	26
3. Hipotesis .....	27

### **BAB III METODE PENELITIAN**

<b>A. Desain Penelitian .....</b>	<b>28</b>
<b>B. Variabel Penelitian .....</b>	<b>28</b>
<b>C. Definisi Operasional Penelitian .....</b>	<b>28</b>
1. Frekuensi Penggunaan Fungsi Dasar Jejaring Sosial	
Facebook .....	28
2. Tipe Kepribadian Ekstrovert dan Introvert .....	29
<b>D. Populasi dan Sampel Penelitian .....</b>	<b>29</b>
1. Populasi Penelitian .....	29
2. Sampel Penelitian .....	30
3. Teknik Sampling .....	31
<b>E. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>31</b>
1. Alat Ukur .....	32
a. Alat Ukur Frekuensi Penggunaan Fungsi Dasar	
Jejaring Sosial Facebook .....	32
b. Alat Ukur Tipe Kepribadian .....	33
<b>F. Teknik Analisis Data .....</b>	<b>34</b>

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

<b>A. Deskripsi Data .....</b>	<b>35</b>
<b>B. Hasil Uji Asumsi .....</b>	<b>36</b>
1. Uji Normalitas .....	36
2. Uji Homogenitas .....	37
<b>C. Analisa Data .....</b>	<b>37</b>
<b>D. Analisis Tambahan .....</b>	<b>39</b>
<b>E. Pembahasan .....</b>	<b>49</b>

### **BAB V PENUTUP**

<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>58</b>
<b>B. Saran – Saran .....</b>	<b>59</b>

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>60</b>
-----------------------------	-----------

### **LAMPIRAN – LAMPIRAN**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Hubungan sosial adalah sebuah konsep yang telah ada sejak awal ras manusia diciptakan, semenjak itulah manusia telah membuat dan menjaga ikatan sosial (Cozzens, 2009). Interaksi sosial inilah yang memungkinkan sebuah peradaban terbentuk. Seiring berjalannya waktu, metode atau cara berinteraksi antara manusia satu dengan manusia yang lainnya menjadi berubah, dari interaksi tradisional dengan bertatap muka secara langsung hingga melibatkan teknologi-teknologi yang turut berkembang. Salah satu terobosan yang paling revolusioner dalam cara berkomunikasi adalah internet.

Internet adalah salah satu produk ciptaan manusia yang kehadirannya telah membuat aktivitas lintas batas antarnegara dan penggunaan teknologi informasi dapat dilakukan dalam hitungan detik (Hidayat, 2009). Internet memungkinkan seseorang untuk tetap berhubungan meskipun berada di belahan bumi yang berbeda. Selain sebagai tempat untuk mendapatkan informasi yang cepat dan lengkap, melalui internet seseorang juga dapat bergaul dan meningkatkan hubungan sosial dengan masyarakat dunia (Islandsript, 2008).

Salah satu kemudahan dalam berkomunikasi melalui internet maka diciptakan situs jejaring sosial. Situs jejaring sosial tersebut antara lain Myspace, Twitter, LinkedIn, dan yang paling terkenal saat ini adalah Facebook. Situs jejaring sosial adalah suatu struktur sosial yang terbentuk dari simpul-simpul

(yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang diikat atau dipersatukan dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dan lain-lain (Wikipedia, 2010). Menurut Hidayat (2009), situs jejaring sosial adalah website community yang menjadi tempat para *netter* (sebutan pengguna internet) untuk saling berhubungan secara maya. Umumnya situs ini berfungsi sebagai jalinan pertemanan dalam dunia maya.

Ada banyak hal yang dapat dilakukan oleh seseorang di dalam situs jejaring sosial, seperti memperkenalkan diri, bertukar foto, memberikan informasi, memberikan ucapan selamat, memajang hasil karya, menawarkan produk, mencari jodoh, bermain game online yang terhubung dengan seluruh penggunanya secara langsung dan lain-lain.

Saat ini di dunia terdapat ratusan jejaring sosial (Wikipedia, 2010). Namun tidak semua dari jejaring sosial tersebut yang memiliki banyak pengguna. Di Eropa dan Amerika, Facebook adalah jejaring sosial yang paling populer pada saat ini. Sementara untuk Asia dan Indonesia, Friendster masih paling banyak digunakan. Namun, popularitas Friendster mulai meredup semenjak munculnya situs jejaring sosial yang bernama Facebook. Berdasarkan data yang diperoleh pada bulan November 2008 dari comScore, Facebook menduduki peringkat kedua situs yang paling banyak dikunjungi di seluruh dunia (Hidayat, 2009).

Di Indonesia sendiri, situs Facebook.com menempati urutan ketiga *Top Sites in Indonesia* setelah Google.co.id dan Yahoo!, sementara Friendster.com menduduki peringkat keenam. Jumlah pengguna Facebook di dunia pada tanggal 18 Mei 2010 adalah 460.924.780 orang, sedangkan jumlah pengguna Facebook di

Indonesia adalah 24.583.860 atau 5,33% dari jumlah pengguna di seluruh dunia (checkFacebook.com, 2010). Indonesia merupakan Negara pemakai Facebook tertinggi di Asia dan menduduki peringkat ke-6 di dunia dan pertumbuhannya nomor 9 tercepat dengan jumlah 6.84% setiap minggu (Hidayat, 2009).

Keanggotaan di dalam situs Facebook.com bersifat terbuka bagi siapa saja yang telah memiliki alamat *e-mail* dan mereka dapat bergabung ke dalam sebanyak mungkin jaringan mulai dari institusi akademik hingga ke komunitas pekerja dan komunitas kota (Westling, 2007). Keterbukaan memungkinkan semua orang dapat bergabung dan menjadi anggota Facebook, termasuk juga bagi mereka yang mempunyai tipe kepribadian *ekstrovert* maupun *introvert*.

Eysenck mengelompokkan manusia berdasarkan dua tipe kepribadian, yaitu tipe kepribadian *introvert* dan tipe kepribadian *ekstrovert* (Suryabrata, 2006). Orang-orang yang *introvert* memperlihatkan kecenderungan untuk mengembangkan gejala-gejala ketakutan dan depresi, yang ditandai oleh kecenderungan obsesi mudah tersinggung, apathi, syaraf otonom mereka labil. Menurut pernyataan mereka sendiri, perasaan mereka gampang terluka, mudah gugup, menderita rasa rendah diri, mudah melamun, sukar tidur, intelegensi mereka relatif tinggi, perbendaharaan kata-kata baik, dan cenderung untuk tetap pada pendiriannya (keras kepala). Mereka yang tergolong dalam tipe kepribadian ini, pada umumnya teliti tetapi lambat, taraf aspirasi mereka tinggi tetapi ada kecenderungan untuk menaksir rendah prestasi mereka sendiri, mereka agak kaku (tegar).

Sebaliknya, orang yang mempunyai tipe kepribadian *ekstrovert* memperlihatkan kecenderungan untuk mengembangkan gejala-gejala histeris, memperlihatkan sedikit energi perhatian yang sempit, sejarah kerja yang kurang baik, serta *hypocondris*. Mereka mendapat kesukaran karena gagap, gampang terkena kecelakaan, sering tidak masuk kerja karena sakit, tidak puas, merasa sakit-sakitan, intelegensi mereka relatif rendah, perbendaharaan kata-kata kurang, dan mereka mempunyai kecenderungan untuk tidak tetap pada pendiriannya. Mereka yang tergolong dalam tipe kepribadian ini pada umumnya cepat tetapi tidak teliti, taraf aspirasi mereka rendah tetapi mereka menilai prestasi mereka secara berlebihan. Selain itu, mereka tidak begitu kaku (Suryabrata, 2006).

Sejalan dengan penggolongan yang dikemukakan oleh Eysenck, Jung (dalam Feist & Feist, 2008) menggolongkan manusia berdasarkan sikap jiwanya menjadi dua tipe, yaitu manusia yang bertipe *ekstrovert* dan tipe *introvert*. Orang yang *ekstrovert* lebih banyak dipengaruhi oleh lingkungan sekitar mereka daripada dunia batin mereka sendiri. Sementara itu, orang *introvert* selalu mendengarkan dunia batin mereka dengan semua bias, fantasi, mimpi dan persepsi yang terindividualisasikan. Tindakan-tindakannya terutama ditentukan oleh faktor subjektif. Penyesuaian dengan dunia luar kurang baik, jiwanya tertutup, sukar bergaul, sukar berhubungan dengan orang lain, kurang dapat menarik hati orang lain tetapi penyesuaian dengan batinnya sendiri baik.

Jung mengatakan bahwa orang yang *ekstrovert* terutama dipengaruhi oleh dunia obyektif, yaitu dunia di luar dirinya. Orientasinya terutama tertuju keluar: pikiran, perasaan, serta tindakan-tindakannya terutama ditentukan oleh



lingkungannya, baik lingkungan sosial maupun lingkungan non sosial. Orang *ekstravert* bersikap positif terhadap masyarakat: hatinya terbuka, mudah bergaul, dan hubungannya dengan orang lain lancar. Sedangkan orang *introvert* terutama dipengaruhi oleh dunia subyektif, yaitu dunia di dalam dirinya sendiri. Orientasinya terutama tertuju ke dalam pikiran, perasaan, serta tindakan-tindakannya terutama ditentukan oleh faktor-faktor subyektif. Penyesuaian dengan dunia luar kurang baik: jiwanya tertutup, sukar bergaul, sukar berhubungan dengan orang lain, dan kurang dapat menarik hati orang lain (Sujanto, 2001).

Menurut Siagian (dalam Itriyah, 2004), kepribadian seseorang menampakkan dirinya dalam berbagai bentuk sikap, cara berfikir, dan cara bertindak. Sikap, cara berfikir, dan cara bertindak itu dapat dipastikan tidak terlalu sama antara individu yang satu dengan yang lain. Gerungan (2004) mengatakan bahwa walaupun terdapat banyak persamaan hakiki antar individu yang satu dengan individu yang lain, namun tidak ada satu individu di dunia ini yang tepat sama dalam segala hal dengan individu yang lain.

Secara psikologis dapat dikatakan bahwa frekuensi penggunaan fungsi dasar situs jejaring sosial Facebook akan berbeda antara individu yang satu dengan individu yang lainnya. Hal ini dapat terjadi karena masing-masing individu akan berperilaku sesuai dengan tipe kepribadiannya.

Berdasarkan ciri-ciri kepribadian yang dijelaskan di atas, dapat dikatakan bahwa ketika berhadapan dengan Facebook, seseorang yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* cenderung akan lebih tinggi frekuensinya dibandingkan dengan mereka yang memiliki tipe kepribadian *introvert*. Ini dapat terjadi karena

orang dengan tipe kepribadian *ekstrovert* memakai Facebook sebagai sebuah media yang dapat memfasilitasi mereka untuk lebih mudah melakukan kontak sosial tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.

Sebaliknya, orang yang memiliki tipe kepribadian *introvert* menggunakan Facebook dengan frekuensi yang lebih rendah karena mereka memiliki penyesuaian dengan dunia luar kurang baik: jiwanya tertutup, sukar bergaul, sukar berhubungan dengan orang lain, dan kurang dapat menarik hati orang lain. Sifat mereka ini tentu akan membuat mereka kurang diuntungkan dengan fungsi dasar jejaring sosial Facebook yang diciptakan dengan tujuan untuk membuat individu-individu selalu terhubung tanpa adanya batasan ruang dan waktu.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa tipe kepribadian seseorang berpengaruh terhadap perilakunya dalam berkomunikasi melalui media internet. Di dalam penelitian yang dilakukan oleh Hamburger dan Ben-Artzi's (dalam Amiel, 2002), menunjukkan bahwa seseorang dengan tipe kepribadian *ekstrovert* memilih media komunikasi melalui internet yang bersifat mendukung hobi, dan menyediakan layanan sosial (misalnya *chatting*, grup-grup diskusi, dan mencari alamat seseorang). Pemilihan kriteria media komunikasi ini sesuai dengan fungsi-fungsi yang disediakan oleh Facebook seperti aplikasi *wall*, *chat*, *group*, dan *search*.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Cozzens dan Potter (2009), menunjukkan bahwa orang yang memiliki tipe ekstrovert menggunakan aspek sosial dari Facebook dengan intensitas yang lebih tinggi. Aspek sosial yang

dimaksud disini adalah seperti jumlah teman yang dimiliki, memposting dan men-tag foto, dan menggunakan *wall*.

Melihat fenomena tersebut, penulis tertarik untuk membahas secara ilmiah perbedaan frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring sosial Facebook pada mahasiswa dalam bentuk karya ilmiah yang berjudul: **“Perbedaan Frekuensi Penggunaan Fungsi Dasar Jejaring Sosial Facebook Ditinjau Dari Tipe Kepribadian Ekstrovert Dan Introvert Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Suska Riau”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari uraian yang telah dijelaskan penulis melalui latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Apakah terdapat perbedaan frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring sosial Facebook ditinjau dari tipe kepribadian *ekstrovert* dan *introvert* pada mahasiswa fakultas psikologi UIN Suska Riau?”.

## **C. Maksud dan Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bermaksud untuk mengkaji dan mempelajari secara ilmiah mengenai perbedaan frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring sosial Facebook ditinjau dari tipe kepribadian *ekstrovert* dan *introvert* pada mahasiswa. Untuk mencapai maksud di atas, maka tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidak adanya perbedaan frekuensi penggunaan

fungsi dasar jejaring sosial Facebook ditinjau dari tipe kepribadian *ekstrovert* dan *introvert* pada mahasiswa.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Ilmiah**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap kajian tentang psikologi, ilmu psikologi diperlukan dan tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan dan memperluas data dan informasi khususnya untuk bidang psikologi sosial di dalam memberikan gambaran mengenai frekuensi penggunaan fungsi dasar Facebook ditinjau dari tipe kepribadian *ekstrovert* dan *introvert* pada mahasiswa. Selain itu peneliti juga berharap penelitian ini dapat berguna bagi semua pihak dan bagi peneliti yang akan datang sebagai salah satu sumber informasi.

##### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi yang sifatnya praktis menyangkut kondisi kepribadian dan penggunaan situs jejaring sosial Facebook pada mahasiswa di fakultas psikologi, sehingga dapat membantu mahasiswa agar lebih bisa memahami dirinya sendiri dalam kaitannya dengan perilaku frekuensi penggunaan fungsi dasar Facebook.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Frekuensi Penggunaan Fungsi Dasar Jejaring Sosial Facebook**

##### **1. Definisi Frekuensi Penggunaan Fungsi Dasar Jejaring Sosial Facebook**

Menurut Chaplin (2005), frekuensi adalah jumlah terjadinya gejala. Sedangkan menurut Kartono (2003), frekuensi adalah jumlah berapa kali suatu fenomena timbul dalam kurun waktu tertentu; jumlah timbulnya atau contoh-contoh suatu fenomena tertentu dalam suatu sample tertentu.

Istilah jejaring sosial diperkenalkan oleh J.A. Barnes pada tahun 1954 (Nawawi, 2008). J.A. Barnes mengatakan bahwa jejaring sosial adalah struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual atau organisasi. Jejaring ini menunjukkan jalan di mana mereka berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga. Menurut Wikipedia (2010) jejaring sosial adalah suatu struktur sosial yang terbentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang diikat atau dipersatukan dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dan lain-lain.

Analisis jaringan sosial memandang hubungan sosial sebagai simpul dan ikatan. Simpul adalah aktor individu di dalam jaringan, sedangkan ikatan adalah hubungan antar aktor tersebut. Penelitian dalam berbagai bidang akademik telah menunjukkan bahwa jaringan sosial beroperasi pada banyak tingkatan, mulai dari

keluarga hingga Negara, dan memegang peranan penting dalam menentukan cara memecahkan masalah, menjalankan organisasi, serta derajat keberhasilan individu dalam mencapai tujuannya (Wikipedia, 2010). Secara sederhana Hidayat (2009) mendefinisikan jejaring sosial sebagai komunitas *website* yang menjadi tempat para pengguna internet untuk saling berhubungan secara maya.

Jejaring sosial ini tumbuh semakin cepat seiring dengan kemajuan teknologi web 2.0 yang merupakan sebuah tren baru *web* yang memiliki ciri setiap pengguna internet memiliki kontribusi dalam mengisi konten yang ada di internet, sehingga setiap orang bisa menjadikan dirinya sebagai narasumber. Salah satu jejaring sosial yang ikut berkembang sejalan dengan kemajuan teknologi *web* 2.0 ini adalah Facebook.

Facebook merupakan sebuah situs pertemanan yang memiliki pengguna aktif yang besar yaitu sebanyak 460.924.780 diseluruh dunia. Saat ini Facebook telah diterjemahkan ke dalam 30 bahasa dan sedang dalam proses penerjemahan ke dalam 60 bahasa lainnya (Hidayat, 2009). Menurut Ross dan koleganya (2009), Facebook memiliki fungsi dasar yang paling umum digunakan, yang termasuk dalam fungsi dasar Facebook tersebut adalah:

1. *Wall*; sebuah forum publik yang digunakan oleh seorang pengguna Facebook untuk memposting pesan kepada pengguna Facebook lainnya.
2. Memposting foto;
3. Pesan pribadi; yang memungkinkan seorang pengguna Facebook untuk berkomunikasi dengan yang lainnya, dengan catatan pengiriman pesan ini hanya dilakukan melalui fitur pesan yang tersedia di dalam Facebook.

4. '*Poke*'; penggunaan fitur *poke* ini memberikan sebuah indikasi bahwa seorang pengguna Facebook tertarik untuk melakukan komunikasi dengan pengguna Facebook lainnya.
5. Grup; sebuah forum online yang memungkinkan pengguna Facebook yang memiliki minat yang sama untuk bergabung dan mendiskusikan mengenai minat tersebut.
6. Event; event dapat dikatakan hampir seperti grup yang memiliki kriteria sama yang khusus untuk keanggotaannya namun hanya bersifat sementara. Aplikasi event ini memungkinkan anggotanya untuk mengundang anggota yang lain untuk ikut berpartisipasi dalam suatu aktifitas misalnya berkumpul, pesta, pertemuan dan perayaan.
7. Status; perubahan status memberikan sebuah gambaran tentang yang sedang dilakukan oleh seorang pengguna Facebook di dunia nyata pada saat mereka merubah status mereka.
8. Komentar; dengan menggunakan fitur komentar ini seorang pengguna Facebook dapat memberikan komentar terhadap materi yang diposting oleh pengguna Facebook lainnya, misalnya foto.

Menurut Yesim (2010), Facebook memiliki beberapa fungsi dasar, diantaranya; *private messaging*; '*wall*' tempat dimana seseorang dapat memposting pesan dan bisa dilihat oleh semua pengguna lainnya; album foto dengan jumlah penyimpanan yang tidak terbatas; video; grup; '*catatan*' yang memiliki sebuah fungsi seperti blog; '*events*' yang memungkinkan pengguna Facebook untuk mengorganisasi pertemuan sosial.

Dari penjelasan yang telah disebutkan diatas dapat disimpulkan bahwa frekuensi penggunaan fungsi dasar situs jejaring sosial Facebook adalah berapa kali seseorang menggunakan fungsi dasar Facebook. Yang dimaksud fungsi dasar jejaring sosial Facebook yakni meliputi penggunaan *Wall*, memposting foto, mengirim pesan pribadi, menggunakan fitur *poke*, membuat dan ikut berpartisipasi dalam grup, memposting dan ikut berpartisipasi dalam sebuah *event*, merubah status, dan menggunakan fitur komentar.

## **2. Faktor yang Membuat Facebook Banyak digunakan**

Di Eropa dan Amerika, Facebook adalah jejaring sosial yang paling populer. Untuk Asia dan Indonesia, Friendster masih paling banyak digunakan. Kendati demikian popularitas Friendster semakin meredup semenjak Facebook mulai dikenal di Asia dan Indonesia. Ada beberapa faktor yang menyebabkan banyak orang tertarik untuk menggunakan Facebook (Hidayat, 2009), faktor tersebut adalah:

### **1) *Demonstration Effect***

Saat ini Facebook sedang menjadai tren di kalangan pengguna internet. Hampir setiap pengguna internet dapat menggunakannya sehingga membuat pengguna lain yang belum memiliki akun Facebook akan tergoda untuk memilikinya.

### **2) *One Stop Service***

Facebook menyediakan fitur gabungan antara aplikasi *social networking*, *chatting*, *blogging*, *multimedia*, *photo sharing*, dan bahkan *e-mail*. Fitur-fitur ini



dapat dimanfaatkan oleh pengguna Facebook untuk saling berkomunikasi satu sama lain (Hidayat, 2009). Fitur-fitur tersebut antara lain adalah:

a. *Photos*

Dengan aplikasi ini, pengguna Facebook tidak hanya bisa menampilkan gambar-gambar atau foto milik sendiri namun juga melihat gambar milik teman lain, membagi foto dan memberi komentar atas suatu foto.

b. *Videos*

Dengan aplikasi ini, pengguna Facebook dapat mengunggah video dari komputer atau perangkat *mobile*, merekam video dengan *webcam*, melihat tayangan video, menyimpan video.

c. *Notes*

*Notes* adalah aplikasi bagi pengguna Facebook yang senang menulis dengan jumlah karakter yang relatif banyak layaknya menulis dalam sebuah Blog.

d. *Groups*

*Goups* adalah aplikasi yang dapat digunakan untuk membuat kelompok. Dengan membuat atau bergabung dalam satu atau beberapa kelompok, pengguna Facebook akan menemukan teman-teman yang mempunyai hobi sama, kampung yang sama dan sebagainya.

e. *Events*

Dengan *Events*, pengguna Facebook dapat mengundang teman untuk hadir dalam sebuah acara tanpa perlu kertas undangan, mendapatkan informasi siapa saja yang dapat dan tidak dapat datang tanpa perlu *contact person*, membuat liputan acara tanpa perlu wartawan dan sebagainya.

f. *Links*

Digunakan untuk menambah daftar *Link*.

g. *Gift*

Dengan aplikasi ini, pengguna Facebook diberi ruang untuk berbagi sesuatu kepada teman dengan member *Gift* baik yang gratis maupun dengan membeli.

h. *Like*

Jika menyukai sesuatu yang dilakukan atau dimiliki seorang teman, pengguna Facebook bisa mengacungkan jempol sebagai pertanda menyukainya.

i. *Chat*

Aplikasi ini digunakan untuk berbicara dengan teman secara personal karena pembicaraan ini hanya bisa dilihat oleh pengguna sendiri dan teman berbicara tersebut.

j. *Pokes*

*Pokes* adalah fasilitas yang dapat digunakan untuk menyapa teman di Facebook.

3) Cara pencarian yang sederhana

Facebook memudahkan pengguna mencari teman tanpa harus mengetahui nama belakang dan e-mail teman yang akan dicari.

4) Pertemanan yang nyata

Model pertemanan yang ada di Facebook mengikuti sebuah pola yang disebut dengan '*offline to online trend*', maksudnya adalah teman yang dimiliki oleh seseorang di Facebook biasanya adalah oarng-orang yang sudah mereka

kenal di dunia nyata, barulah kemudian teman-teman tersebut di tambahkan atau dimasukkan ke dalam daftar pertemanan yang ada di Facebook.

#### 5) Keamanan

Tidak semua orang bisa melihat profil orang lain di Facebook. Pengguna Facebook bisa menentukan sendiri siapa-siapa saja yang bisa menjadi teman dan melihat profil yang dimilikinya.

### **B. Tipe Kepribadian**

Setiap orang memiliki kepribadian yang tidak sama, yang menunjukkan karakteristik yang terdapat pada diri manusia. Hal inilah yang membedakan manusia yang satu dengan manusia yang lainnya. Perbedaan karakteristik akan mempengaruhi perilaku individu tersebut (Sumarwan, dalam Jayanti, 2009).

#### **1. Definisi Kepribadian**

Kata kepribadian diambil dari bahasa Inggris "*personality*" yang berasal dari bahasa Yunani "*persona*" yang berarti topeng (Asra, 2008). Istilah persona ini muncul dari sebuah pementasan teater Yunani dimana setiap tokoh yang bermain akan muncul sesuai dengan ekspresi topeng yang digunakannya. Secara umum kepribadian dapat didefinisikan sebagai suatu pola watak yang relatif permanen, dan sebuah karakter unik yang memberikan konsistensi sekaligus individualitas bagi perilaku seseorang (Feist & Feist, 2008). Watak inilah yang memberikan kontribusi bagi perbedaan-perbedaan individu dalam perilakunya.

Menurut Allport (dalam Suryabrata, 2006), kepribadian adalah organisasi dinamis dalam individu sebagai sistem psikofisis yang menentukan caranya yang khas dalam menyesuaikan diri terhadap lingkungan. Eysenck (dalam Suryabrata, 2006) mendefinisikan kepribadian sebagai sejumlah pola-pola tingkah laku yang aktual atau potensial dari organisme yang ditentukan dari lingkungan dan keturunan, dan ini berkembang melalui interaksi yang bersifat fungsional dari empat sektor utama pola-pola tingkah laku diantaranya sektor konatif (karakter), sektor kognitif, sektor afektif (temperamen) dan sektor somatik (konstitusi).

Dari definisi yang telah disebutkan di atas, dapat disimpulkan bahwa kepribadian adalah sebuah pola tingkah laku baik aktual maupun potensial yang relatif permanen dan bersifat unik, yang kemudian pola tingkah laku ini akan mempengaruhi perilaku seseorang dalam menyesuaikan diri dengan lingkungannya.

## **2. Penggolongan Kepribadian**

Penggolongan kepribadian dapat dilakukan berdasarkan kesamaan karakteristik sifat tertentu yang paling menonjol (Sumarwan, dalam Jayanti, 2009). Jung adalah salah satu tokoh yang melakukan penggolongan terhadap kepribadian. Jung (dalam Suryabrata, 2006) mengatakan bahwa kepribadian *ektrovert* dan *introvert* terbentuk berdasarkan sikap jiwa. Sikap jiwa adalah arah dari energi psikis umum atau libido yang menjelma dalam bentuk orientasi manusia terhadap dunianya. Selanjutnya Jung mengatakan bahwa arah aktivitas psikis dapat ke luar atau ke dalam dan demikian pula arah orientasi manusia dapat

ke luar ataupun ke dalam. Apabila orientasi terhadap segala sesuatu ditentukan oleh faktor-faktor objektif, faktor-faktor luar, maka orang yang demikian itu dikatakan mempunyai orientasi *ekstravers*. Sebaliknya ada orang yang mempunyai orientasi *introvers*, yaitu dalam menghadapi segala sesuatu dipengaruhi oleh faktor-faktor subjektif, yaitu faktor-faktor yang berasal dari dunia batin sendiri.

Lebih lanjut Eysenck (dalam Jayanti, 2009) mengatakan bahwa tipe kepribadian *ekstrovert* dan tipe kepribadian *introvert* merupakan dua kutub dalam satu skala. Kebanyakan individu akan berada di tengah-tengah skala tersebut (tak tergolongkan). Bisa saja individu lebih dekat ke kutub *introvert* tetapi juga memiliki ciri *ekstrovert*, atau bisa juga lebih dekat ke kutub *ekstrovert* tetapi juga memiliki ciri *introvert*. Dengan demikian tidak ada individu yang murni memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* atau juga memiliki tipe kepribadian *introvert*. Meskipun demikian individu dapat dikelompokkan ke dalam salah satu dari bentuk tipe kepribadian tersebut.

Berdasarkan apa yang telah dijelaskan di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa kepribadian manusia dapat digolongkan menjadi tipe kepribadian *ekstrovert* dan tipe kepribadian *introvert*. Dalam menghadapi segala sesuatu, seseorang yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* akan cenderung dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berada di luar dirinya. Sedangkan individu yang memiliki tipe kepribadian *introvert* dalam menghadapi segala sesuatu cenderung dipengaruhi oleh faktor-faktor di dalam dirinya.

### 3. Tipe Kepribadian Ekstrovert

Menurut Chaplin (2005) tipe kepribadian *ekstrovert* adalah satu kecenderungan untuk mengarahkan kepribadian lebih banyak ke luar daripada ke dalam diri sendiri. Seorang *ekstravert* mempunyai ciri bersifat sosial, lebih banyak berbuat daripada berkontemplasi (merenung, berpikir), dan seseorang dengan motif-motif yang dikondisikan oleh kejadian-kejadian eksternal.

Jung (dalam Alwisol, 2004) mengatakan bahwa ciri-ciri orang dengan tipe kepribadian *ekstrovert* adalah sosiabel, lincah, aktif, asertif, senang mencari sensasi, periang, dominan, bersemangat dan berani. Eysenck (dalam Suryabrata, 2006) mengemukakan ciri utama kepribadian *ekstrovert* adalah memilih berpartisipasi dalam kegiatan bersama, pesta hura-hura, olahraga beregu (sepak bola, arung jeram), minum alkohol dan menghisap mariyuana. Eysenck menghipotesiskan *ekstraversi* (dibandingkan dengan *introversi*) melakukan hubungan seksual lebih awal dan lebih sering, dengan lebih banyak pasangan, dan dengan perilaku seksual yang lebih bervariasi.

Selanjutnya Jung (dalam Sujanto, 2001) mengatakan bahwa orang yang *ekstravert* terutama dipengaruhi oleh dunia obyektif, yaitu dunia diluar dirinya. Orientasinya terutama tertuju keluar: pikiran, perasaan, serta tindakan-tindakannya terutama ditentukan oleh lingkungannya, baik lingkungan sosial maupun lingkungan non sosial. Orang *ekstravert* bersikap positif terhadap masyarakat: hatinya terbuka, mudah bergaul, dan hubungannya dengan orang lain lancar. Jadi dapat disimpulkan bahwa tipe kepribadian *ekstrovert* adalah satu kecenderungan untuk mengarahkan kepribadian lebih banyak ke luar daripada ke

dalam diri sendiri dan tindakannya lebih ditentukan oleh faktor-faktor yang ada di luar dirinya.

#### **4. Tipe Kepribadian Introvert**

Menurut Chaplin (2005) tipe kepribadian *introvert* adalah satu kecenderungan untuk mengarahkan kepribadian untuk menarik diri dari kontak sosial dan minatnya lebih mengarah ke dalam pikiran-pikiran dan pengalamannya sendiri. Jung (dalam Alwisol, 2004) mengatakan bahwa ciri-ciri orang dengan tipe *introvert* adalah tidak sosial, pendiam, pasif, ragu, banyak fikiran, sedih, penurut, pesimis dan penakut. Eysenck (dalam Suryabrata, 2006) mengatakan bahwa individu yang berkepribadian *introvert* memiliki kecenderungan menarik diri, menghindari dari riuh rendah situasi di sekelilingnya yang dapat membuatnya kelebihan rangsangan. Orang yang memiliki tipe kepribadian *introvert* memiliki aktifitas yang miskin rangsangan sosial seperti membaca, olahraga soliter (main ski, atletik), dan organisasi persaudaraan eksekutif.

Selanjutnya Jung mengatakan bahwa orang *introvert* terutama dipengaruhi oleh dunia subyektif, yaitu dunia di dalam dirinya sendiri. Orientasinya terutama tertuju ke dalam pikiran, perasaan, serta tindakan-tindakannya terutama ditentukan oleh faktor-faktor subyektif. Penyesuaian dengan dunia luar kurang baik: jiwanya tertutup, sukar bergaul, sukar berhubungan dengan orang lain, dan kurang dapat menarik hati orang lain (Sujanto, 2001).

Jadi dapat disimpulkan bahwa tipe kepribadian *introvert* adalah satu kecenderungan untuk mengarahkan kepribadian untuk menarik diri dari kontak

sosial dan minatnya lebih mengarah ke dalam pikiran-pikiran dan pengalamannya sendiri.

### **C. Kerangka Pemikiran, Asumsi dan Hipotesis**

#### **1. Kerangka Pemikiran**

Gerungan (2004) mengatakan bahwa manusia selain sebagai makhluk individual juga merupakan makhluk sosial. Sejak dilahirkan, manusia membutuhkan pergaulan dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan biologisnya, yaitu makanan, minuman dan lain-lain. Tanpa pergaulan sosial manusia tidak dapat berkembang sebagai manusia seutuhnya. Pada dasarnya manusia tidak sanggup hidup seorang diri tanpa lingkungan psikis atau non psikisnya. Pergaulan sosial ini dilakukan dengan cara yang berbeda-beda, ada yang melakukannya secara langsung dengan bertatap muka dengan orang lain dan ada pula yang melakukannya secara tidak langsung melalui perantara media komunikasi misalnya internet.

Dalam beberapa dekade terakhir, pertumbuhan internet terjadi dengan pesat, internet telah mempengaruhi cara orang dalam berkomunikasi, berinteraksi, dan bertukar informasi (Amiel, 2002). Internet juga menyediakan sebuah ruang yang membuat penggunanya dapat melakukan percakapan interpersonal secara lebih dekat. Dengan kemampuan tersebut, internet memiliki potensi untuk membuat perubahan terhadap cara manusia melakukan komunikasi (Ross dan kolega., 2009).



Seiring dengan perubahan cara manusia berkomunikasi melalui media internet inilah kemudian diperkenalkan jejaring sosial. Fungsi utama dari situs jejaring sosial ini adalah untuk mempertahankan hubungan yang telah terbentuk di dunia nyata (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007). Namun, penggunaan situs jejaring sosial ini juga dapat digunakan dengan tujuan membantu seseorang untuk bertemu dengan orang lain yang memiliki minat yang sama, baik untuk tujuan mengembangkan interaksi sosial atau untuk membina sebuah hubungan romantis (McKenna, Katelyn, Glenson, & Marci, 2002).

Pada saat ini terdapat ratusan situs jejaring sosial yang memiliki orientasi penggunaan yang berbeda-beda, misalnya berorientasi pada konteks pekerjaan, pembentukan hubungan romantis, penghubung bagi yang memiliki minat yang sama seperti musik dan politik, atau sebagai perkumpulan di dunia maya bagi para mahasiswa (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007).

Salah satu situs jejaring sosial yang sedang menjadi tren pada saat ini terutama di Indonesia adalah Facebook, hal ini terlihat dari jumlah penggunanya yang mencapai 24.583.860 orang (checkFacebook.com, 2010), dan Indonesia juga merupakan Negara dengan jumlah pengguna Facebook tertinggi di Asia dengan laju pertumbuhan penggunanya menduduki peringkat ke-9 di dunia yaitu sebesar 6,84% setiap minggu (Hidayat, 2009).

Facebook adalah sebuah situs jejaring sosial yang diluncurkan pada tahun 2004 oleh Mark Zuckerberg. Tujuan awal dibentuknya Facebook adalah membantu mahasiswa untuk membentuk dan memelihara hubungan sosial sesuai dengan pengalaman mahasiswa di universitas (Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007).

Keberhasilan Facebook dalam mewujudkan tujuan ini terlihat dari penelitian yang dilakukan oleh Ellison (2007) terhadap 800 mahasiswa Michigan State University. Dari hasil penelitian tersebut dilaporkan bahwa 94% persen dari mahasiswa adalah pengguna aktif Facebook dan menghabiskan rata-rata 10-30 menit setiap hari untuk berkomunikasi dengan teman-teman yang ada dalam “daftar teman” mereka yang berjumlah 150-200 orang.

Berlawanan dengan pertumbuhan pengguna Facebook yang begitu pesat, jumlah riset yang meneliti mengenai Facebook tidak berkembang secara proporsional (Ross dan kolega, 2009). Ellison dan koleganya (2007) menyatakan bahwa kebanyakan riset yang telah dilakukan pada saat ini terfokus pada masalah yang berhubungan dengan pengaturan identitas dan kerahasiaan di Facebook. Sementara itu di sisi lain banyak faktor yang dipandang berpengaruh terhadap penggunaan teknologi komunikasi seperti Facebook. Beberapa faktor itu diantaranya adalah pertimbangan ruang dan waktu, kebudayaan dan norma-norma, variabel sosial ekonomi, *technophobia*, intelegensi dan tipe kepribadian (Karemaker, 2005).

Secara psikologis, ditinjau dari tipe kepribadian yang dimiliki, manusia ada yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* dan ada pula yang memiliki tipe kepribadian *introvert*. Menurut Chaplin (2005) tipe kepribadian *ekstrovert* adalah satu kecenderungan untuk mengarahkan kepribadian lebih banyak ke luar daripada ke dalam diri sendiri. Seorang *ekstravert* mempunyai ciri bersifat sosial, lebih banyak berbuat daripada berkontemplasi (merenung, berpikir), dan seseorang dengan motif-motif yang dikondisikan oleh kejadian-kejadian eksternal.

Jung mengatakan bahwa ciri-ciri orang dengan tipe kepribadian *ekstrovert* adalah sosiabel, lincah, aktif, asertif, senang mencari sensasi, periang, dominan, bersemangat dan berani. Selanjutnya Jung mengatakan bahwa orang *ekstravert* juga memiliki sikap yang positif terhadap masyarakat: hatinya terbuka, mudah bergaul, dan hubungannya dengan orang lain lancar (dalam Sujanto, 2001). Eysenck (dalam Suryabrata, 2006) mengemukakan ciri utama kepribadian *ekstrovert* adalah memilih berpartisipasi dalam kegiatan bersama, pesta hura-hura, olahraga beregu (sepak bola, arung jeram), minum alkohol dan menghisap mariyuana.

Chaplin (2005) mengatakan bahwa tipe kepribadian *introvert* adalah satu kecenderungan untuk mengarahkan kepribadian untuk menarik diri dari kontak sosial dan minatnya lebih mengarah ke dalam pikiran-pikiran dan pengalamannya sendiri. Jung (dalam Alwisol, 2004) mengatakan bahwa ciri-ciri orang dengan tipe *introvert* adalah tidak sosial, pendiam, pasif, ragu, banyak fikiran, sedih, penurut, pesimis dan penakut. Selanjutnya, Jung mengatakan bahwa orang *introvert* terutama dipengaruhi oleh dunia subyektif, yaitu dunia di dalam dirinya sendiri. Orientasinya terutama tertuju ke dalam pikiran, perasaan serta tindakan-tindakannya terutama ditentukan oleh faktor-faktor subyektif. Penyesuaian dengan dunia luar kurang baik: jiwanya tertutup, sukar bergaul, sukar berhubungan dengan orang lain, dan kurang dapat menarik hati orang lain (dalam Sujanto, 2001).

Eysenck (dalam Suryabrata, 2006) mengatakan bahwa individu yang berkepribadian *introvert* memiliki kecenderungan menarik diri, menghindar dari

riuh rendah situasi di sekelilingnya yang dapat membuatnya kelebihan rangsangan. Orang yang memiliki tipe kepribadian *introvert* memiliki aktifitas yang miskin rangsangan sosial, seperti membaca, olahraga soliter (main ski, atletik), organisasi persaudaraan eksekutif.

Berdasarkan ciri-ciri kepribadian yang dijelaskan di atas, dapat dikatakan bahwa ketika berhadapan dengan Facebook, seseorang yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* cenderung akan lebih tinggi frekuensinya dibandingkan dengan mereka yang memiliki tipe kepribadian *introvert*. Ini dapat terjadi karena orang dengan tipe kepribadian *ekstrovert* memiliki sifat yang sosiabel dan senang bergaul sehingga Facebook menjadi sebuah media yang dapat memfasilitasi mereka untuk lebih mudah melakukan kontak sosial tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.

Facebook merupakan sebuah produk teknologi yang memungkinkan individu terhubung dengan orang lain walaupun tidak berada pada posisi ruang dan waktu yang memungkinkan mereka dapat berinteraksi. Fasilitas ini menjadi peluang yang sangat positif bagi individu *ekstrovert*. Kesenangan mereka mencari stimulus dari lingkungan, membuat individu yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* dimudahkan oleh teknologi Facebook ini. Orang yang memiliki kepribadian *ekstrovert* akan memanfaatkan Facebook untuk orang yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* akan memanfaatkan Facebook untuk melakukan kontak sosial dengan orang lain.

Hal tersebut didukung dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa tipe kepribadian seseorang berpengaruh terhadap perilakunya dalam

menggunakan komunikasi melalui media internet. Di dalam penelitian yang dilakukan oleh Hamburger dan Ben-Artzi's (dalam Amiel, 2002), menunjukkan bahwa seseorang dengan tipe kepribadian *ekstrovert* memilih media komunikasi melalui internet yang bersifat mendukung hobi, dan menyediakan layanan sosial (misalnya *chatting*, grup-grup diskusi, dan mencari alamat seseorang). Pemilihan kriteria media komunikasi ini sesuai dengan fungsi-fungsi yang disediakan oleh Facebook seperti aplikasi *wall*, *chat*, *group*, dan *search*.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Cozzens dan koleganya (2009), menunjukkan bahwa orang yang memiliki tipe *ekstrovert* menggunakan aspek sosial dari Facebook dengan intensitas yang lebih tinggi. Aspek sosial yang dimaksud disini adalah jumlah teman yang dimiliki, memposting dan men-tag foto, dan menggunakan *wall*.

Pertemanan di Facebook mengikuti sebuah mode *offline to online trend*, maksudnya adalah kebanyakan pengguna Facebook memiliki daftar teman yang berasal dari orang-orang di sekitar mereka dan yang telah mereka kenal sebelumnya, jadi bukan orang-orang baru yang hanya mereka temui di dunia maya (Lampe, Ellison, & Stenfield, 2007).

Model pertemanan yang mengikuti pola *offline to online trend* ini kurang menguntungkan bagi mereka yang memiliki tipe kepribadian *introvert* karena mereka memiliki hambatan dalam melakukan kontak sosial di dunia nyata yang disebabkan oleh sikap mereka yang sulit untuk melakukan penyesuaian dengan dunia luar, jiwanya tertutup, sukar bergaul, sukar berhubungan dengan orang lain, dan kurang dapat menarik hati orang lain. Sehingga ketika mereka berhadapan

dengan Facebook mereka akan menemui kesulitan yang sama dan menyebabkan mereka cenderung menggunakan Facebook dengan frekuensi yang lebih rendah dibandingkan dengan orang yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert*, karena orang yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* memiliki sifat yang sosiabel.

Berkaitan uraian yang dikemukakan di atas, maka dapat dikatakan bahwa secara psikologis, frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring sosial Facebook tidaklah sama antara individu satu dengan yang lainnya. Hal ini terjadi karena masing-masing individu berperilaku sesuai dengan kepribadiannya.

## **2. Asumsi**

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti merumuskan asumsi sebagai berikut:

- a. Setiap orang memiliki tipe kepribadian yang tidak sama, tipe kepribadian inilah yang akan mempengaruhi perilakunya.
- b. Perbedaan ini juga dapat berpengaruh terhadap frekuensi seseorang dalam menggunakan fungsi dasar jejaring sosial Facebook
- c. Individu yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* akan memiliki frekuensi yang lebih tinggi dalam menggunakan fungsi dasar jejaring sosial Facebook karena dengan menggunakan fungsi dasar tersebut orang yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* mendapatkan kesempatan yang lebih besar untuk tetap mendapatkan stimulus dan mengembangkan interaksi sosial tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.

- d. Individu yang memiliki tipe kepribadian *introvert* akan memiliki frekuensi yang lebih rendah dalam menggunakan fungsi dasar jejaring sosial Facebook karena sifat pertemanan di Facebook memiliki sebuah mode *offline to online trend*, yaitu pengembangan hubungan sosial yang ada di dunia nyata yang kemudian dilanjutkan ke dunia maya, sementara orang dengan tipe kepribadian *introvert* memiliki sifat yang sukar bergaul, sukar berhubungan dengan orang lain, dan kurang dapat menarik hati orang lain.

### **3. Hipotesis**

Berdasarkan kerangka pemikiran dan asumsi yang telah dikemukakan di atas, maka diajukan sebuah hipotesis yang akan diuji kebenarannya yaitu: “Ada perbedaan frekuensi menggunakan fungsi dasar jejaring sosial Facebook ditinjau dari tipe kepribadian *ekstrovert* dan *introvert* pada mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Suska Riau”





## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Penelitian ini termasuk penelitian komparatif, yaitu sejenis penelitian deskriptif yang ingin mencari jawaban secara mendasar tentang sebab-akibat, dengan menganalisa faktor-faktor terjadinya atau munculnya suatu fenomena tertentu (Nazir, 2003). Penelitian komparasi akan dapat menemukan persamaan-persamaan atau perbedaan-perbedaan tentang benda, orang, prosedur kerja, ide, kelompok terhadap suatu ide atau suatu prosedur. Dapat juga membedakan pandangan group atau Negara terhadap kasus, peristiwa atau objek tertentu (Arikunto, 1998).

#### **B. Variabel Penelitian**

Pada penelitian ini yang menjadi variabel penelitian ada 2, yaitu:

1. Variable bebas (X) : Tipe kepribadian
2. Variabel terikat (Y) : Frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring sosial Facebook.

#### **C. Definisi Operasional Penelitian**

##### **1. Frekuensi Penggunaan Fungsi Dasar Jejaring Sosial Facebook**

Frekuensi penggunaan fungsi dasar Facebook adalah berapa kali seseorang menggunakan fungsi dasar jejaring sosial Facebook yang meliputi:

penggunaan *wall*, mempublikasikan foto, mengirim pesan, menggunakan aplikasi *poke*, merubah status, memberikan komentar, dan berapa banyak grup dan *event* yang mereka ikuti serta berapa banyak grup dan *event* yang telah mereka buat.

## **2. Tipe Kepribadian Ekstrovert dan Introvert**

Kepribadian adalah sebuah pola tingkah laku baik aktual maupun potensial yang relatif permanen dan bersifat unik, yang kemudian pola tingkah laku ini akan mempengaruhi perilaku seseorang dalam menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Kepribadian manusia menurut Eysenck dapat digolongkan menjadi tipe kepribadian *ekstrovert* dan tipe kepribadian *introvert*.

Tipe kepribadian *ekstrovert* adalah satu kecenderungan untuk mengarahkan kepribadian lebih banyak keluar daripada ke dalam diri sendiri dan lebih ditentukan oleh faktor-faktor yang ada diluar dirinya. Sedangkan tipe kepribadian *introvert* adalah satu kecenderungan untuk mengarahkan kepribadian untuk menarik diri dari kontak sosial dan minatnya lebih mengarah ke dalam pikiran-pikiran dan pengalamannya sendiri.

## **D. Populasi dan Sampel Penelitian**

### **1. Populasi Penelitian**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 1999). Sedangkan menurut Arikunto, populasi adalah keseluruhan subyek penelitian (Arikunto, 2002). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa dan

mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Suska Riau angkatan 2006 sampai 2009 yang berjumlah 519 orang, dengan rincian sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Populasi Penelitian**

TAHUN ANGKATAN KULIAH	JUMLAH MAHASISWA
2006	75
2007	123
2008	135
2009	186
TOTAL	519

*Sumber: Bagian BAK Fakultas Psikologi UIN Suska Riau (2010)*

## **2. Sampel Penelitian**

Sampel merupakan bagian dari populasi sehingga juga memiliki karakteristik dari populasi. Sampel yang digunakan harus dapat mencerminkan dan memiliki sifat dari populasi (Azwar, 2004). Untuk menentukan ukuran sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel populasi).

Jumlah populasi untuk penelitian ini adalah 519 orang, sementara itu nilai kritis yang dikehendaki oleh peneliti adalah sebesar 5% sehingga jumlah

sampel yang diperoleh mempunyai taraf kepercayaan 95% terhadap populasi. Dengan demikian jumlah sampel yang diperoleh adalah sebesar 226 orang.

### **3. Teknik Sampling**

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan tujuan atau pertimbangan tertentu. Penggunaan teknik ini dilakukan karena alasan adanya keterbatasan waktu, tenaga dan biaya untuk mengambil sampel yang lebih besar (Arikunto, 1998). Pengambilan sampel didasarkan atas karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan frekuensi penggunaan Facebook pada mahasiswa, sehingga sampel yang diambil adalah mahasiswa yang memiliki akun di Facebook.

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Menurut Arikunto (2002), pengumpulan data didapat dari instrument penelitian yang digunakan peneliti sebagai alat bantu dalam mengumpulkan data penelitian. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua instrumen. Instrumen yang pertama adalah *inventory* kepribadian, yakni *Eysenck's Personality Inventory* (EPI). *Inventory* ini berfungsi untuk menentukan kepribadian seseorang itu termasuk *ekstrovert* dan *introvert*. Instrumen yang kedua adalah angket untuk mengukur frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring sosial Facebook.

## **1. Alat Ukur**

### **a. Alat Ukur Frekuensi Penggunaan Fungsi Dasar Jejaring Sosial Facebook**

Untuk mendapatkan data mengenai frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring sosial Facebook peneliti menggunakan angket. Aitem-aitem untuk angket yang digunakan untuk memperoleh data mengenai frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring sosial Facebook ini disusun secara acak mulai dari urutan nomor terkecil hingga terbesar.

Jawaban untuk pertanyaan yang diajukan dalam angket ini bersifat objektif dan disusun mengacu pada model skala Thurstone dengan respon 9 (sembilan) alternatif jawaban. Alternatif jawaban yang disediakan diadaptasi dari angket yang dibuat oleh Ross dan koleganya. Angket ini terdiri dari 11 item yang mengukur frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring sosial Facebook.

Yang termasuk dalam fungsi dasar jejaring sosial Facebook ini adalah: penggunaan wall , mempublikasikan foto, mengirim pesan, penggunaan fungsi *poke*, membuat dan keikutsertaan dalam grup, mempublikasikan dan ikut berpartisipasi dalam sebuah acara atau *event*, perubahan status, dan penggunaan komentar. Penilaian untuk setiap pertanyaan diberikan dengan ketentuan sebagai berikut: lebih dari satu kali dalam sehari diberi skor 9, satu kali dalam satu hari diberi skor 8, dua kali atau lebih dalam satu minggu diberi skor 7, satu kali dalam satu minggu diberi skor 6, dua kali dalam satu bulan diberi skor 5, satu kali dalam satu bulan diberi skor 4, kurang dari satu kali dalam sebulan diberi skor 3, sesekali

dalam satu tahun diberi skor 2, dan kurang dari satu kali dalam satu tahun diberi skor 1.

**Tabel 3.2**  
**Blue Print Angket Frekuensi Penggunaan Fungsi Dasar**  
**Jejaring Sosial Facebook**

No	Indikator	No Item	Jumlah
1	Memposting foto	1	1
2	Memberikan komentar	2	1
3	Menggunakan wall	3, 4	2
4	Mengirim private message	5	1
5	Menggunakan aplikasi 'poke'	6	1
6	Membuat dan ikut serta dalam grup	7, 8	2
7	Memposting dan ikut serta dalam event	9, 10	2
8	Merubah status	11	1
Jumlah			11

**b. Alat Ukur Tipe Kepribadian**

Untuk menentukan apakah seseorang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* atau *introvert* peneliti menggunakan *inventory* kepribadian, yakni *Eysenck's Personality Inventory* (EPI) modifikasi. Alat tes ini, merupakan modifikasi yang telah dibuat oleh H.J. Eysenck yang awalnya disajikan sebanyak 210 aitem menjadi 56 aitem. Untuk mengetahui responden termasuk ke dalam tipe kepribadian *ekstrovert* atau *introvert* dengan melakukan penilaian katagori nominal skor mean dari ekstraversion (ekstrovert-introvert). Apabila skor rerata subjek  $\leq 12$  maka subjek termasuk dalam tipe kepribadian *introvert* dan jika skor rerata subjek  $\geq 14$  maka subjek termasuk tipe kepribadian *ekstrovert*.

Menurut Hulo (dalam Syahrial, 2007) standarisasi alat tes EPI ini telah disusun untuk tugas klinis dan eksperimental, lebih dari 12000 pria dan wanita,

dewasa, anak-anak, orang normal, neurotik, dan kriminal yang diuji dan lebih dari 2000 pasang orang kembar telah di uji juga menggunakan alat tes ini. Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas yang sudah dilakukan, alat tes EPI ini mempunyai taraf uji validitas berkisar antara 0,1647-0,4621 dan taraf uji reliabilitasnya 0,7963.

**Tabel 3.3**  
***Blue Print Skala Eysenck's Personality Inventory (EPI)***

Tipe Kepribadian	Nomor Item	Jumlah
Lie (L)	6, 12, 18, 24, 30, 36, 42, 48, 54	9
Ekstraversion (E)	1, 3, 5, 8, 10, 13, 15, 17, 20, 22, 25, 27, 29, 32, 34, 37, 39, 41, 44, 46, 49, 51, 53, 56	24
Neurotic (N)	2, 4, 7, 9, 11, 14, 16, 19, 21, 23, 26, 28, 31, 33, 35, 38, 40, 43, 45, 47, 50, 52, 55	23
Jumlah		56

#### **F. Teknik Analisis Data**

Untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring sosial Facebook antara mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* dan mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *introvert* di Fakultas Psikologi UIN Suska Riau, peneliti menggunakan teknik analisa data *test "t"* yakni *independent sample t-test* . Teknik *independent sample t-test* ini digunakan untuk menguji kemampuan generalisasi rata-rata dua sampel yang tidak berkorelasi atau tidak saling berhubungan satu sama lain (Sugiyono, 1999). Semua data dianalisis dengan bantuan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) 17.0 *for Windows*.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Data**

Sebanyak 226 buah instrumen EPI dan angket penggunaan fungsi dasar Facebook disebarakan untuk memperoleh data untuk penelitian ini. Penyebaran instrumen EPI dan angket penggunaan fungsi dasar jejaring sosial Facebook dilakukan secara bersamaan untuk menghindari kesalahan dalam perhitungan data. Untuk mengetahui tipe kepribadian dari sampel penelitian, peneliti melakukan proses perhitungan dan mengklasifikasikannya berdasarkan norma standar alat tes EPI yang sudah ada. Hasil pengukuran tipe kepribadian tersebut , dapat dilihat pada table 4.1 berikut ini:

**Tabel 4.1**

**Distribusi Frekuensi Tipe Kepribadian**

NO	TIPE KEPRIBADIAN	F		Jumlah
		Laki-laki	Perempuan	
1	Introvert	47	79	126
2	Ekstrovert	32	46	78
3	Non intro-ekstro	12	10	22
JUMLAH				226

Berdasarkan hasil table di atas, terlihat bahwa terdapat 3 klasifikasi tipe kepribadian dari mahasiswa yang menggunakan Facebook, yaitu pengguna Facebook dengan tipe kepribadian introvert sebanyak 126 orang, pengguna Facebook yang memiliki tipe kepribadian ekstrovert sebanyak 78 orang, dan pengguna Facebook yang memiliki tipe kepribadian yang tidak tergolong ke



dalam tipe kepribadian introvert dan ekstrovert (22 orang). Sampel yang termasuk ke dalam klasifikasi yang ketiga, tidak diikutsertakan dalam analisis selanjutnya karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring sosial Facebook antara mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *introvert* dan mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert*. Sehingga jumlah sampel yang dianalisis menjadi 204 orang subjek.

## **B. Hasil Uji Asumsi**

Sebelum melakukan analisa terhadap data penelitian, terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap data yang dimiliki. Tujuannya adalah memperoleh data yang memenuhi asumsi yang disyaratkan, yaitu uji normalitas dan uji homogenitas. Uji normalitas dan uji homogenitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 17.0 *for Windows*.

### **1. Uji Normalitas**

Untuk melakukan analisis parametrik seperti *independent sample test*, syaratnya adalah data harus terdistribusi secara normal (Priyatno, 2009). Tes normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria pengujian jika signifikansi  $> 0,05$  maka data berdistribusi normal, dan jika signifikansi  $< 0,05$  maka data tidak terdistribusi secara normal.

Berdasarkan uji normalitas yang dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan program SPSS 17.0 *for Windows* diperoleh hasil analisis data “frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring sosial Facebook kelompok tipe kepribadian *introvert*” memiliki signifikansi lebih dari

0,05 ( $0,073 > 0,05$ ), maka data berdistribusi normal. Sementara itu data “frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring sosial Facebook kelompok tipe kepribadian *ekstrovert*” memiliki signifikansi lebih dari 0,05 ( $0,200 > 0,05$ ), maka data juga berdistribusi normal (lihat lampiran, uji normalitas).

Selain itu untuk mengetahui apakah sebaran data normal atau tidak dapat dilakukan dengan melihat bentuk kurva. Distribusi normal digambarkan oleh kurva yang berbentuk lonceng (lihat lampiran, histogram).

## **2. Uji Homogenitas**

Selain uji normalitas, hasil uji asumsi lain yang perlu diperhatikan adalah uji homogenitas (uji F). Pengujian homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh homogen atau tidak homogen, yang dapat dilihat dari besarnya signifikansi. Jika signifikansi besar dari 0,05 maka data dinyatakan homogen, dan jika nilai signifikansi kecil dari 0,05 maka data dinyatakan tidak homogen. Dalam penelitian ini, signifikansi dari uji F didapat 0,071. Karena nilai signifikansi  $> 0,05$  ( $0,071 > 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa data adalah homogen.

## **C. Analisa Data**

Analisa data dilakukan untuk menguji hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak. Teknik analisa data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah t-test (*independent sample test*) dengan bantuan program SPSS 17.0 *for Windows*, teknik ini digunakan untuk mengetahui apakah ada perbedaan rata-rata (*mean*) antara dua sampel yang tidak berkorelasi. Selanjutnya dari hasil analisis deskriptif

dapat diketahui rerata (*mean*) frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring sosial Facebook berdasarkan tipe kepribadian (*introvert* dan *ekstrovert*) sebagaimana dinyatakan pada tabel 4.2 di bawah ini:

**Tabel 4.2**  
**Statistik Deskriptif**  
**Group Statistics**

tipe_kepribadian_subjek		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Frekuensi	Introvert	126	42.90	13.714	1.222
	Ekstrovert	78	48.15	11.648	1.319

Dengan bantuan program PSS 17.0 *for Windows* maka dapat disusun hasil uji t dalam bentuk table sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Independent Samples Test**

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
frekuensi	Equal variances assumed	3.300	.071	-2.814	202	.005	-5.257	1.868	-8.940	-1.574
	Equal variances not assumed			-2.924	182.897	.004	-5.257	1.798	-8.804	-1.710

Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat didasarkan pada taraf signifikansi dengan taraf kesalahan 5%, yakni jika signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan jika signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak. Berdasarkan tabel

*Independent sample test*, diketahui bahwa nilai signifikansi  $< 0,05$  ( $0,005 < 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring sosial Facebook antara mahasiswa dengan tipe kepribadian ekstrovert dan introvert.

#### **D. Analisis Tambahan**

Hasil penelitian ini yang dianalisis dengan menggunakan *Independent Sample Test* yang dikemukakan pada tabel 4.3 di atas dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa terdapat perbedaan frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring sosial Facebook pada mahasiswa ( $F=3,300$ ;  $p=0,005$ ). Mahasiswa dengan tipe kepribadian *ekstrovert* memiliki frekuensi dibandingkan dengan mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *introvert*.

Selanjutnya menurut Azwar (2004) sisi diagnostik suatu proses pengukuran atribut psikologi adalah pemberian makna atau interpretasi terhadap skor skala yang bersangkutan. Sebagai suatu hasil ukur berupa angka (kuantitatif), skor skala memerlukan suatu norma pembanding agar dapat diinterpretasi secara kualitatif. Untuk memberikan makna yang memiliki nilai diagnostik, terlebih dahulu skor skala perlu diderivasi dan diacukan pada suatu norma kategori.

Pada angket untuk mengukur frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring sosial Facebook, terdiri dari 11 item, dengan masing-masing item diberi skor yang berkisar mulai dari 1 – 9. Dengan demikian standar skor minimal adalah  $1 \times 11 = 11$ , dan standar skor maksimal adalah  $9 \times 11 = 99$ . Maka rentang skor skala (range) sebesar  $99 - 11 = 88$ , mean  $(99 + 11) / 2 = 55$ , dan standar deviasi  $(99 -$

$11) / 6 = 15$ . Angka 6 merupakan satuan deviasi standar. Untuk lebih jelas, gambaran hipotesis variabel frekuensi penggunaan fungsi dasar Facebook dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini:

**Tabel 4.4**  
**Gambaran Hipotesis Variabel Frekuensi Penggunaan Fungsi Dasar Jejaring Sosial Facebook**

Item	Nilai Minimal	Nilai Maksimal	Range	Mean	Standar Deviasi
11	11	99	88	55	15

Berdasarkan hasil perhitungan data di atas, pada skala frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring sosial Facebook, subjek dikelompokkan ke dalam 3 katagori yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Dalam penelitian ini peneliti mengelompokkan responden dalam 3 katagori, dengan jarak  $6 : 3 = 2$ . Maka besar jarak adalah  $2 \times 15 = 30$ . Secara rinci dapat dilihat pada tabel 4.5 di bawah ini:

**Tabel 4.5**  
**Katagorisasi Frekuensi Penggunaan Fungsi Dasar Jejaring Sosial Facebook**

Katagori	Frekuensi Penggunaan Fungsi Dasar Facebook			
	Tipe Kepribadian Introvert		Tipe Kepribadian Ekstrovert	
	F	%	F	%
Rendah $11 \leq x \leq 40$	62	49,2	16	20,51
Sedang $40 < x \leq 70$	60	47,6	59	75,64
Tinggi $70 < x \leq 99$	4	3,2	3	3,85
Jumlah	126 orang	100%	78 orang	100%

Dari hasil perhitungan dengan kriteria di atas, diketahui bahwa frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring sosial Facebook pada mahasiswa dengan tipe kepribadian *introvert* di Fakultas Psikologi UIN SUSKA RIAU adalah pada katagori rendah terdapat 62 mahasiswa (49,2%), pada katagori sedang terdapat 60 mahasiswa (47,6%), dan pada katagori tinggi terdapat 4 mahasiswa (3,2%).

Sedangkan frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring sosial Facebook pada mahasiswa dengan tipe kepribadian *ekstrovert* di Fakultas Psikologi UIN SUSKA RIAU adalah pada katagori rendah terdapat 16 mahasiswa (20,51%), pada katagori sedang terdapat 59 mahasiswa (75,64%), dan pada katagori tinggi terdapat 3 orang mahasiswa (3,85%).

Berdasarkan perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring sosial Facebook pada mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Suska Riau, yakni mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* lebih tinggi frekuensinya dalam menggunakan fungsi dasar jejaring sosial Facebook dibandingkan dengan mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *introvert*. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring sosial Facebook mahasiswa dengan tipe kepribadian *introvert* adalah rendah, sedangkan mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring sosial Facebooknya adalah sedang.

Pengkatagorian yang dilakukan mengenai frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring sosial Facebook pada kedua tipe kepribadian di atas hanya dilihat secara keseluruhan, untuk mengetahui frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring

sosial Facebook pada masing-masing indikator, maka dibuat pengkatagoriannya dari masing-masing indikator yang diukur. Untuk lebih jelas dapat dilihat dari tabel katagori per indikator dibawah ini:

**Tabel 4.6**  
**Gambaran Hipotesis**  
**Indikator Frekuensi Penggunaan Fungsi Dasar Jejaring Sosial Facebook**

Indikator	Nilai minim	Nilai maks	Range	Mean	SD
Memposting foto	1	9	8	5	1,3
Memberikan komentar	1	9	8	5	1,3
Menggunakan wall	2	18	16	10	3
Mengirim private message	1	9	8	5	1,3
Menggunakan aplikasi 'poke'	1	9	8	5	1,3
Membuat dan ikut serta dalam grup	2	18	16	10	3
Memposting dan keikutsertaan dalam event	2	18	16	10	3
Merubah status	1	9	8	5	1,3

Berdasarkan perhitungan di atas, berikut ini dibuat katagorisasi pada masing- masing indikator variabel frekuensi penggunaan fungsi dasar Facebook:

1. Katagorisasi indikator memposting foto

Pada indikator memposting foto, diketahui bahwa nilai terendahnya adalah 1 dan nilai tertinggi adalah 9 sehingga diperoleh rentang nilai sebesar  $9 - 1 = 8$ . Nilai rentang ini kemudian dibagi 6 (satuan standar deviasi), sehingga diperoleh besarnya standar deviasi yakni  $8 : 6 = 1,3$ . Karena akan dikelompokkan menjadi 3

katagori, maka interval masing-masing kelompok dapat dihitung dengan cara 6 (satuan standar deviasi) dibagi 3, sehingga jarak masing-masing kelompok memiliki jarak 2 SD. Nilai meannya adalah  $9+1:2=5$ . Dari data tersebut, diperoleh katagori sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Katagorisasi Indikator Memposting Foto**

Katagori	Frekuensi Indikator Memposting Foto			
	Tipe Introvert		Tipe Ekstrovert	
	Frek	(%)	Frek	(%)
Rendah $1 \leq x \leq 3$	38	30,2	17	21,8
Sedang $4 \leq x \leq 6$	62	49,2	39	50
Tinggi $7 \leq x \leq 9$	26	20,6	22	28,2
Jumlah	126 rang	100%	78 orang	100%

## 2. Katagorisasi indikator memberikan komentar

Pada indikator memberikan komentar, diketahui bahwa nilai terendahnya adalah 1 dan nilai tertinggi adalah 9 sehingga diperoleh rentang nilai sebesar  $9 - 1 = 8$ . Nilai rentang ini kemudian dibagi 6 (satuan standar deviasi), sehingga diperoleh besarnya standar deviasi yakni  $8 : 6 = 1,3$ . Karena akan dikelompokkan menjadi 3 katagori, maka interval masing-masing kelompok dapat dihitung dengan cara 6 (satuan standar deviasi) dibagi 3, sehingga jarak masing-masing kelompok memiliki jarak 2 SD. Nilai meannya adalah  $9 + 1 : 2 = 5$ . Dari data tersebut, diperoleh katagori sebagai berikut:



**Tabel 4.8**  
**Kategorisasi Indikator Memberikan Komentar**

Kategori	Frekuensi Indikator Memberikan Komentar			
	Tipe Introvert		Tipe Ekstrovert	
	Frek	(%)	Frek	(%)
Rendah $1 \leq x \leq 3$	54	42,9	22	28,2
Sedang $4 \leq x \leq 6$	44	34,9	27	34,6
Tinggi $7 \leq x \leq 9$	28	22,2	29	37,2
Jumlah	126 rang	100%	78 orang	100%

3. Kategorisasi indikator menggunakan wall

Pada indikator penggunaan wall, diketahui bahwa nilai terendahnya adalah 2 dan nilai tertinggi adalah 18 sehingga diperoleh rentang nilai sebesar  $18 - 2 = 16$ . Nilai rentang ini kemudian dibagi 6 (satuan standar deviasi), sehingga diperoleh besarnya standar deviasi yakni  $16 : 6 = 3$ . Karena akan dikelompokkan menjadi 3 kategori, maka interval masing-masing kelompok dapat dihitung dengan cara 6 (satuan standar deviasi) dibagi 3, sehingga jarak masing-masing kelompok memiliki jarak 2 SD. Nilai meannya adalah  $18 + 2 : 2 = 10$ . Dari data tersebut, diperoleh kategori sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Kategorisasi Indikator Menggunakan Wall**

Kategori	Frekuensi Indikator Menggunakan Wall			
	Tipe Introvert		Tipe Ekstrovert	
	Frek	(%)	Frek	(%)
Rendah $2 \leq x \leq 7$	29	23,1	5	6,4
Sedang $7 < x \leq 13$	50	39,6	25	32,1
Tinggi $13 < x \leq 18$	47	37,3	48	61,5
Jumlah	126 rang	100%	78 orang	100%

4. Katagorisasi indikator mengirim private message

Pada indikator mengirim private message, diketahui bahwa nilai terendahnya adalah 1 dan nilai tertinggi adalah 9 sehingga diperoleh rentang nilai sebesar  $9 - 1 = 8$ . Nilai rentang ini kemudian dibagi 6 (satuan standar deviasi), sehingga diperoleh besarnya standar deviasi yakni  $8 : 6 = 1,3$ . Karena akan dikelompokkan menjadi 3 katagori, maka interval masing-masing kelompok dapat dihitung dengan cara 6 (satuan standar deviasi) dibagi 3, sehingga jarak masing-masing kelompok memiliki jarak 2 SD. Nilai meannya adalah  $9+1:2=5$ . Dari data tersebut, diperoleh katagori sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Katagorisasi Indikator Mengirim Private Massage**

Katagori	Frekuensi Indikator Mengirim Private Massage			
	Tipe Introvert		Tipe Ekstrovert	
	Frek	(%)	Frek	(%)
Rendah $1 \leq x \leq 3$	42	33,3	11	14,1
Sedang $4 \leq x \leq 6$	39	30,9	37	47,4
Tinggi $7 \leq x \leq 9$	45	35,8	30	38,5
Jumlah	126 rang	100%	78 orang	100%

5. Katagorisasi indikator menggunakan aplikasi *poke*

Pada indikator menggunakan aplikasi *poke*, diketahui bahwa nilai terendahnya adalah 1 dan nilai tertinggi adalah 9 sehingga diperoleh rentang nilai sebesar  $9 - 1 = 8$ . Nilai rentang ini kemudian dibagi 6 (satuan standar deviasi), sehingga diperoleh besarnya standar deviasi yakni  $8 : 6 = 1,3$ . Karena

akan dikelompokkan menjadi 3 katagori, maka interval masing-masing kelompok dapat dihitung dengan cara 6 (satuan standar deviasi) dibagi 3, sehingga jarak masing-masing kelompok memiliki jarak 2 SD. Nilai meannya adalah  $9+1:2=5$ . Dari data tersebut, diperoleh katagori sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Katagorisasi Indikator Menggunakan Aplikasi Poke**

Katagori	Frekuensi Indikator Menggunakan Aplikasi Poke			
	Tipe Introvert		Tipe Ekstrovert	
	Frek	(%)	Frek	(%)
Rendah $1 \leq x \leq 3$	51	40,4	24	30,8
Sedang $4 \leq x \leq 6$	43	34,1	32	41,0
Tinggi $7 \leq x \leq 9$	32	25,5	22	28,2
Jumlah	126 rang	100%	78 orang	100%

6. Katagorisasi indikator membuat dan ikut serta dalam grup

Pada indikator membuat dan ikut serta dalam grup, diketahui bahwa nilai terendahnya adalah 2 dan nilai tertinggi adalah 18 sehingga diperoleh rentang nilai sebesar  $18 - 2 = 16$ . Nilai rentang ini kemudian dibagi 6 (satuan standar deviasi), sehingga diperoleh besarnya standar deviasi yakni  $16 : 6 = 3$ . Karena akan dikelompokkan menjadi 3 katagori, maka interval masing-masing kelompok dapat dihitung dengan cara 6 (satuan standar deviasi) dibagi 3, sehingga jarak masing-masing kelompok memiliki jarak 2 SD. Nilai meannya adalah  $18 + 2 : 2 = 10$ . Dari data tersebut, diperoleh katagori sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Kategorisasi Indikator Membuat Dan Ikut Serta Dalam Grup**

Kategori	Frekuensi Indikator Membuat dan Ikut Serta Dlm Grup			
	Tipe Introvert		Tipe Ekstrovert	
	Frek	(%)	Frek	(%)
Rendah $2 \leq x \leq 7$	117	92,9	72	92,3
Sedang $7 < x \leq 13$	7	5,5	6	7,7
Tinggi $13 < x \leq 18$	2	1,6	0	0
Jumlah	126 rang	100%	78 orang	100%

7. Kategorisasi indikator memposting dan keikutsertaan dalam event

Pada indikator memposting dan keikutsertaan dalam event, diketahui bahwa nilai terendahnya adalah 2 dan nilai tertinggi adalah 18 sehingga diperoleh rentang nilai sebesar  $2 - 18 = 16$ . Nilai rentang ini kemudian dibagi 6 (satuan standar deviasi), sehingga diperoleh besarnya standar deviasi yakni  $16 : 6 = 3$ . Karena akan dikelompokkan menjadi 3 kategori, maka interval masing-masing kelompok dapat dihitung dengan cara 6 (satuan standar deviasi) dibagi 3, sehingga jarak masing-masing kelompok memiliki jarak 2 SD. Nilai meannya adalah  $18 + 2 : 2 = 10$ . Dari data tersebut, diperoleh kategori sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Kategorisasi Indikator Memposting Dan Keikutsertaan Dalam Event**

Kategori	Frekuensi Indikator Memposting Dan Ikut Serta Dlm Event			
	Tipe Introvert		Tipe Ekstrovert	
	Frek	(%)	Frek	(%)
Rendah $2 \leq x \leq 7$	121	96,0	76	97,4
Sedang $7 < x \leq 13$	5	4,0	2	2,6
Tinggi $13 < x \leq 18$	0	0	0	0
Jumlah	126 rang	100%	78 orang	100%

8. Katagorisasi indikator merubah status

Pada indikator merubah status, diketahui bahwa nilai terendahnya adalah 1 dan nilai tertinggi adalah 9 sehingga diperoleh rentang nilai sebesar  $9 - 1 = 8$ . Nilai rentang ini kemudian dibagi 6 (satuan standar deviasi), sehingga diperoleh besarnya standar deviasi yakni  $8 : 6 = 1,3$ . Karena akan dikelompokkan menjadi 3 katagori, maka interval masing-masing kelompok dapat dihitung dengan cara 6 (satuan standar deviasi) dibagi 3, sehingga jarak masing-masing kelompok memiliki jarak 2 SD. Nilai meannya adalah  $9+1:2=5$ . Dari data tersebut, diperoleh katagori sebagai berikut:

**Tabel 4.14**  
**Katagorisasi Indikator Merubah Status**

Katagori	Frekuensi Indikator Merubah Status			
	Tipe Introvert		Tipe Ekstrovert	
	Frek	(%)	Frek	(%)
Rendah $1 \leq x \leq 3$	20	15,8	4	5,1
Sedang $4 \leq x \leq 6$	34	27,0	19	24,4
Tinggi $7 \leq x \leq 9$	72	57,2	55	70,5
Jumlah	126 rang	100%	78 orang	100%

Berdasarkan katagorisasi yang dilakukan terhadap masing-masing indikator frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring sosial Facebook di atas, maka dapat diketahui perbedaan frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring sosial Facebook antara mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *introvert* dan *ekstrovert* di Fakultas Psikologi UIN Suska Riau.

## E. Pembahasan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah faktor tipe kepribadian berpengaruh terhadap frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring sosial Facebook. Konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Cozzens dan Ben-Artzi's, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tipe kepribadian memiliki pengaruh terhadap frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring sosial Facebook.

Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah bahwa terdapat perbedaan frekuensi menggunakan fungsi dasar jejaring sosial Facebook ditinjau dari tipe kepribadian *ekstrovert* dan *introvert* pada mahasiswa fakultas Psikologi UIN Suska Riau. Yang dimaksud dengan fungsi dasar jejaring sosial Facebook adalah meliputi penggunaan *wall*, mempublikasikan foto, mengirim pesan, *poke*, membuat dan ikut serta dalam grup, membuat dan ikut berpartisipasi dalam *event*, merubah status, dan memberikan komentar. Semua fungsi dasar tersebut dianalisis dengan menggunakan *independent sample t-test* dengan dikomparasikan dengan variabel tipe kepribadian (*ekstrovert* dan *introvert*).

Analisis data dilakukan dengan menggunakan *independent sample t test* dari program SPSS 17.0 *for Windows* terhadap hipotesis yang diajukan yakni dengan melihat taraf signifikansi, jika signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan jika signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.

Berdasarkan tabel *Independent sample test*, diketahui bahwa nilai signifikansi adalah sebesar 0,005. Hasil pengujian ini mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring

sosial Facebook yang meliputi penggunaan *wall*, mempublikasikan foto, mengirim pesan, *poke*, membuat dan ikut serta dalam grup, membuat dan ikut berpartisipasi dalam *event*, merubah status, dan memberikan komentar antara mahasiswa dengan tipe kepribadian *ekstrovert* dan *introvert*. Jika perbedaan ini dilihat secara umum maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* memiliki frekuensi yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *introvert* dalam menggunakan fungsi dasar jejaring sosial Facebook.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cozzens dan koleganya (2009) yang menyatakan bahwa orang yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* menggunakan aspek sosial dari Facebook dengan intensitas yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan orang yang memiliki tipe kepribadian *introvert*. Aspek sosial yang dimaksud di sini adalah jumlah teman yang dimiliki, jumlah foto yang diposting, jumlah foto yang di *tagg*, dan menggunakan *wall post*.

Hasil penelitian lain yang juga mendukung temuan dalam penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Hamburger dan Ben-Artzi's (dalam Amiel, 2002), yang menunjukkan bahwa seseorang dengan tipe kepribadian *ekstrovert* memilih media komunikasi melalui internet yang bersifat mendukung hobi, dan menyediakan layanan sosial (misalnya *chatting*, grup-grup diskusi, dan mencari alamat seseorang). Pemilihan kriteria media komunikasi ini sesuai dengan fungsi-fungsi yang disediakan oleh Facebook seperti aplikasi *wall*, *chat*, *group*, dan *search*.

Ditemukannya perbedaan dalam frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring sosial Facebook ini dapat terjadi karena masing-masing individu akan berperilaku sesuai dengan tipe kepribadiannya. Menurut Siagian (dalam Itriyah, 2004), kepribadian seseorang menampakkan dirinya dalam berbagai bentuk sikap, cara berfikir, dan cara bertindak. Sikap, cara berfikir, dan cara bertindak itu dapat dipastikan tidak terlalu sama antara individu yang satu dengan yang lain. Secara umum kepribadian dapat didefinisikan sebagai suatu pola watak yang relatif permanen, dan sebuah karakter unik yang memberikan konsistensi sekaligus individualitas bagi perilaku seseorang (Feist & Feist, 2008). Watak inilah yang memberikan kontribusi bagi perbedaan-perbedaan individu dalam perilakunya. Walaupun terdapat banyak persamaan hakiki antar individu yang satu dengan individu yang lain, namun tidak ada satu individu di dunia ini yang tepat sama dalam segala hal dengan individu yang lain.

Sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan perbedaan frekuensi penggunaan fungsi dasar Facebook pada mahasiswa jika dilihat dari tipe kepribadiannya, diketahui bahwa mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* secara umum memiliki frekuensi penggunaan fungsi dasar Facebook pada katagori sedang. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan bahwa terdapat 59 orang (75,64%) dominan berada pada katagori sedang. Sementara itu, mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *introvert* secara umum memiliki frekuensi penggunaan fungsi dasar Facebook pada katagori rendah, yaitu dimana sebanyak 62 orang (49,2%) dominan berada pada katagori rendah.



Berbedanya perilaku kedua kelompok tersebut disebabkan oleh perbedaan sifat pada tipe kepribadian yang mereka miliki. Eysenck (dalam Suryabrata, 2006) mengatakan bahwa individu yang berkepribadian *introvert* memiliki kecenderungan menarik diri, menghindari dari riuh rendah situasi di sekelilingnya yang dapat membuatnya kelebihan rangsangan. Orang yang memiliki tipe kepribadian *introvert* memiliki aktifitas yang miskin rangsangan sosial, seperti membaca, olahraga soliter (main ski, atletik), organisasi persaudaraan eksekutif.

Jung (dalam Alwisol, 2004) mengatakan bahwa ciri-ciri orang dengan tipe kepribadian *ekstrovert* adalah sosiabel, lincah, aktif, asertif, senang mencari sensasi, periang, dominan, bersemangat dan berani. Selanjutnya Jung mengatakan bahwa orang *ekstravert* juga memiliki sikap yang positif terhadap masyarakat: hatinya terbuka, mudah bergaul, dan hubungannya dengan orang lain lancar (dalam Sujanto, 2001). Eysenck (dalam Suryabrata, 2006) mengemukakan ciri utama kepribadian *ekstrovert* adalah memilih berpartisipasi dalam kegiatan bersama, pesta hura-hura, olahraga beregu (sepak bola, arung jeram), minum alkohol dan menghisap mariyuana.

Pembahasan ini dilanjutkan dengan hasil katagorisasi berdasarkan pada indikator variabel frekuensi penggunaan fungsi dasar Facebook. Hasil analisa pada indikator memposting foto pada mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *introvert* menunjukkan bahwa terdapat 62 orang (49,2%) dominan berada pada katagori sedang. Pada mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* juga ditemukan jumlah dominan pada katagori yang sama yaitu terdapat sebanyak 39 orang (50%) pada katagori sedang. Pada indikator ini ditemukan adanya

perbedaan yang kecil yaitu sebanyak 0.8% antara mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *introvert* dan *ekstrovert* dalam frekuensi memposting foto. Persentase kelompok *ekstrovert* lebih besar dibandingkan dengan kelompok *introvert* pada indikator memposting foto walaupun berada pada katagori yang sama. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Cozzens dan koleganya (2009) yang menemukan bahwa orang yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* menggunakan aspek sosial dari Facebook yang meliputi banyaknya teman, jumlah foto yang diposting dan di *tagg* dan penggunaan *wall post*, dengan intensitas yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan yang memiliki tipe kepribadian *introvert*.

Pada katagorisasi indikator memberikan komentar, mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *introvert* dominan berada pada katagori rendah yaitu sebanyak 42,9 % (54 orang), sedangkan mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* dominan berada pada katagori tinggi yaitu 37,2% (29 orang). Hal ini berarti mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* memiliki frekuensi yang lebih tinggi dalam hal memberikan komentar, ini dapat terjadi karena sifat orang yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* menjadikan Facebook sebagai sebuah peluang untuk mendapatkan stimulus dari lingkungan, sehingga setiap kesempatan yang ada akan mereka gunakan untuk melakukan kontak sosial dengan orang lain, termasuk juga dengan menggunakan fungsi komentar yang ada di Facebook.

Pada indikator menggunakan wall ditemukan sebanyak 39,6% (50 orang) mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *introvert* dominan berada pada katagori sedang, dan 61,5% (48 orang) mahasiswa dengan tipe kepribadian

*ekstrovert* dominan pada katagori tinggi. Perbedaan ini terjadi karena orang yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* memiliki sifat jiwa yang terbuka sedangkan orang yang memiliki tipe kepribadian *introvert* memiliki sifat jiwa yang tertutup. Sebagaimana yang dikatakan oleh Westling (2007), pesan yang ditulis di *wall* bersifat terbuka untuk umum sehingga dapat dibaca dan dilihat oleh semua pengguna Facebook, hal ini tentunya lebih menguntungkan mereka yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* dengan sifat jiwa mereka yang terbuka.

Pilihan komunikasi selain menggunakan *wall post* dapat juga dilakukan dengan menggunakan *private message*. Fasilitas ini lebih menguntungkan bagi mereka yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* karena mereka semakin mudah melakukan komunikasi dengan pengguna Facebook yang lain, sesuai dengan sifat mereka yang senang mencari stimulus diluar dirinya dan melakukan kontak sosial dengan orang lain. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian ini yang menunjukkan sebanyak 38,5% (30 orang) mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* memiliki frekuensi yang tinggi dalam menggunakan *private message*, sementara mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *introvert* memiliki persentase yang lebih rendah dalam menggunakan *private message* yaitu sebesar 35,8% (45 orang).

*Poke* adalah fasilitas yang dapat digunakan untuk menyapa teman di Facebook. Penggunaan aplikasi *poke* sendiri memberikan indikasi bahwa seorang pengguna Facebook tertarik untuk melakukan komunikasi dengan pengguna Facebook lainnya. Melalui penggunaan aplikasi *poke* orang *ekstrovert* yang memiliki kecenderungan untuk selalu melakukan kontak sosial dengan yang

lainnya dapat memanfaatkannya untuk mengadakan hubungan sosial. Hal inilah yang menyebabkan orang yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* memiliki frekuensi yang lebih tinggi dalam menggunakan aplikasi *poke* dibandingkan dengan mereka yang memiliki tipe kepribadian *introvert*, yang terlihat dari terdapat 41 % (32 orang ) mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* dominan berada pada katagori sedang, sementara mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *introvert* dominan berada pada katagori rendah yaitu sebanyak 40,4 % (51 orang).

Pada indikator membuat dan ikut serat dalam grup, baik mahasiswa dari kelompok tipe kepribadian *ekstrovert* maupun *introvert* sama-sama berada pada katagori yang rendah, yakni 92,9% (117 orang) pada kelompok mahasiswa bertipe kepribadian *introvert* dan 92,3% (72 orang) pada mahasiswa bertipe kepribadian *ekstrovert*. Namun demikian persentase kelompok tipe kepribadian *introvert* lebih besar jika dibandingkan dengan kelompok tipe kepribadian *ekstrovert*.

Begitu juga pada indikator memposting dan keikutsertaan dalam event, baik *introvert* maupun *ekstrovert* sama-sama berada pada katagori rendah. Namun terdapat perbedaan persentase pada dua kelompok tipe kepribadian tersebut dimana kelompok *ekstrovert* memiliki persentase yang lebih tinggi yakni 97,6 % (97 orang), sedangkan pada kelompok tipe kepribadian *introvert* memiliki persentase sebesar 96% (121 orang).

Tidak ditemukannya perbedaan pada kedua indikator di atas (sama-sama berada pada katagori rendah) terjadi karena baik orang yang memiliki tipe

kepribadian *introvert* maupun *ekstrovert* memiliki alasan yang berbeda dalam hal keikutsertaan mereka dalam grup dan event. Pada orang yang memiliki tipe kepribadian *introvert*, kecenderungan mereka untuk menarik diri, menghindari dari riuh rendah situasi disekelilingnya yang dapat membuatnya kelebihan rangsangan, membuat mereka memiliki frekuensi rendah dalam aktivitas yang melibatkan banyak orang seperti keikutsertaan dalam grup dan event. Orang yang memiliki tipe kepribadian *introvert* lebih memilih aktifitas yang miskin rangsangan sosial seperti membaca dan olahraga soliter (main ski, atletik).

Meskipun orang yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* menyukai terlibat dalam kegiatan yang dilakukan bersama-sama seperti berkumpul, berpesta, dan olahraga beregu (misalnya sepak bola, basket) namun hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa orang yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* memiliki frekuensi dalam katagori yang rendah dalam indikator membuat dan ikut berpartisipasi dalam grup dan pada indikator memposting dan keikutsertaan dalam event. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ross dan koleganya (2009) yang menyatakan bahwa meskipun orang yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* menggunakan Facebook sebagai salah satu sarana yang dapat mereka gunakan untuk bersosialisasi, namun mereka tidak menggunakan Facebook sebagai sebuah alternatif yang dapat memfasilitasi mereka untuk melakukan kegiatan sosial seperti berkumpul dan berdiskusi.

Pada indikator merubah status, baik mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *introvert* maupun *ekstrovert* sama-sama berada pada katagori tinggi, namun persentasenya lebih besar pada kelompok mahasiswa yang memiliki tipe

kepribadian *ekstrovert* yaitu sebanyak 70,5% (55 orang), sedangkan pada kelompok mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *introvert* persentasenya hanya sebesar 57,2% (72 orang). Hal ini dapat terjadi karena orang yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* lebih ingin membagi segala sesuatu tentang dirinya secara *online* jika dibandingkan dengan orang yang memiliki tipe kepribadian *introvert* (Cozzens, 2009).

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis terhadap hipotesis penelitian, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan:

1. Terdapat perbedaan frekuensi penggunaan fungsi dasar Facebook ditinjau dari tipe kepribadian *ekstrovert* dan *introvert* pada mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Suska Riau.
2. Mahasiswa dengan tipe kepribadian *ekstrovert* memiliki frekuensi yang lebih tinggi dalam menggunakan fungsi dasar jejaring sosial Facebook daripada mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *introvert*.
3. Hasil penelitian untuk indikator-indikator frekuensi penggunaan fungsi dasar jejaring sosial Facebook dapat disimpulkan sebagai berikut:
  - a. Pada indikator memposting foto, memberikan komentar, menggunakan *wall*, mengirim *private message*, menggunakan aplikasi *poke*, merubah status dan membuat dan ikut serta dalam grup, mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert* memiliki frekuensi yang lebih tinggi dibandingkan dengan mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *introvert*.
  - b. Pada indikator memposting dan keikutsertaan dalam *event*, mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *introvert* memiliki frekuensi yang lebih tinggi dibandingkan dengan mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *ekstrovert*.

## **B. Saran**

Selanjutnya, berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan di atas, ada beberapa saran yang dapat dikemukakan oleh peneliti, yaitu:

### **1. Saran untuk mahasiswa**

Diharapkan bagi mahasiswa terutama yang memiliki frekuensi yang tinggi dalam menggunakan Facebook agar tidak terlalu larut dalam berinteraksi di dunia maya, sehingga mempengaruhi aspek-aspek kehidupan sosial maupun akademis mahasiswa tersebut.

### **2. Saran untuk peneliti selanjutnya**

Bagi peneliti yang ingin mengembangkan atau melanjutkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, diharapkan dapat lebih memperdalam kajiannya mengenai faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi penggunaan fungsi dasar Facebook misalnya pertimbangan ruang dan waktu, kebudayaan dan norma-norma, variabel sosial ekonomi, *technophobia*, dan intelegensi.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alwisol. 2004. *Psikologi Kepribadian*. Malang: UMM Press.
- Amiel, T. 2002. Individual Differences and Internet Usage Motives. *Master Thesis of The Virginia Polytechnic Institute and State University*. [http://scholar.lib.vt.edu/theses/available/etd-07012002-42100/unrestricted/tel\\_amiel\\_ma\\_reviewed.pdf](http://scholar.lib.vt.edu/theses/available/etd-07012002-42100/unrestricted/tel_amiel_ma_reviewed.pdf). (diunduh tanggal 11 Juli 2010).
- Asra, Yulita. K. 2008. *Psikologi Kepribadian I*. Pekanbaru: Al-Mujtahadah Press.
- Azwar, Saifuddin. 2004. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chaplin, James P. 2005. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Cozzens, K., Potter, C.J., & Batiuk, M.E. 2009. Personality and Facebook: Personality's Influence on Social Networking. *Advance Research*. <http://www.wilmington.edu/social-political/documents/PersonalityandFacebook.pdf>. (diunduh 11 Juli 2010).
- Ellison, N.B., Steinfield, C., & Lampe, C. 2007. The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 4, 1143-1168.
- Facebook, Marketing. 2010. Global Audience. [www.checkfacebook.com](http://www.checkfacebook.com). (diunduh tanggal 15 Mei 2010).
- Feist, Jess & Feist, Gregory J. 2008. *Theories of Personality*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Gerungan. 2004. *Psikologi Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Hidayat, Taufik. 2009. *Lebih Dekat Dengan Facebook*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Islandscript. 2008. *Friendster Tempat Gaul Gaya Remaja*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Itriyah. 2004. Perbedaan Intensitas Penggunaan Internet Ditinjau dari Tipe Kepribadian Dan Jenis Kelamin. *Jurnal Psikologi*, 1, 1, 1-13.

- Jayanti, Pratiwi. 2009. Perbedaan Organizational Citizenship Behavior Antara pegawai dengan Tipe Kepribadian Ekstrovert dan Introvert. *Draft Penelitian*. Medan: Fakultas Psikologi USU. (tidak dipublikasikan).
- Karemaker, David. 2005. Face to Face or mediated Communication? Personality makes a Difference. *Thesis Bachelor of Science University of Amsterdam*. <http://staff.science.uva.nl/~evers/afstudeerscripties/scriptie%20david.pdf>. (diunduh tanggal 8 Juli 2010).
- Kartono, Kartini. 2003. *Kamus Psikologi*. Bandung: CV. Pionir Jaya.
- McKenna, Katelyn Y.A., Green, A.S., & Glenson, Marci E.J. 2002. Relationship Formation on The Internet: What's The Big Attraction. *Journal of Social Issues*, 58,1, 9-31.
- Nawawi, M.R., Sahnur, M.I., Dwiyaksa, Dino. 2008. Analisis dan Perancangan Aplikasi Jejaring Sosial Penjualan Berbasis Web. <http://www.binus.ac.id/thesisabstracts/files/2008-1-00349-IF-Abstrak.pdf>. (diunduh tanggal 04 Mei 2010).
- Nazir, Moh. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Priyatno, Duwi. 2009. *5 Jam Belajar Olah Data Dengan SPSS 17*. Yogyakarta: Andi.
- Riduwan. 2009. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Ross, C., Orr, Emily S., Sisic, M., Arseneault, Jaime M., Simmering, Mary G., Orr, R. Robert. 2009. Personality and Motivation Associated With Facebook use. *Journal of Computers in Human Behavior*, 2, 2, 578-586.
- Sugiyono. 1999. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sujanto, Agus dkk. 2001. *Psikologi Kepribadian*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Suryabrata, S. 2006. *Psikologi Kepribadian*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Syahrial, K. 2007. Perbedaan Perilaku Prosocial Antara Remaja dengan Tipe Kepribadian Introvert dan Ekstrovert. *Skripsi*. Pekanbaru: Fakultas Psikologi UIN Suska. (tidak dipublikasikan).

Ulusu, Yesim. 2010. Determinant Factors of Time Spent on Facebook: Brand Community Engagement and Usage Types. *Journal of Yasar University*, 18, 5, 2949-2957.

Westling, M. 2007. Expanding the Public Sphere: The Impact of Facebook on Political Communication. [http://www.thenewvernacular.com/projects/facebook\\_and\\_political\\_communication.pdf](http://www.thenewvernacular.com/projects/facebook_and_political_communication.pdf). (diunduh 17 Maret 2010).

Wikipedia. 2010. List of social networking websites. [http://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_social\\_networking\\_websites](http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_social_networking_websites). (diunduh 29 Januari 2010).

-----, 2010. Situs Jejaring Sosial. [http://id.wikipedia.org/wiki/Situs\\_jejaring\\_sosial](http://id.wikipedia.org/wiki/Situs_jejaring_sosial). (diunduh 18 Mei 2010).

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 3.1</b>	<b>: Populasi Penelitian .....</b>	<b>30</b>
<b>Tabel 3.2</b>	<b>: <i>Blue Print</i> Angket Frekuensi Penggunaan Fungsi Dasar Jejaring Sosial Facebook .....</b>	<b>33</b>
<b>Tabel 3.3</b>	<b>: <i>Blue Print</i> Skala <i>Eysenck's Personality Inventory</i> (EPI) ...</b>	<b>34</b>
<b>Tabel 4.1</b>	<b>: Distribusi Frekuensi Tipe Kepribadian .....</b>	<b>35</b>
<b>Tabel 4.2</b>	<b>: Statistik Deskripsi .....</b>	<b>38</b>
<b>Tabel 4.3</b>	<b>: <i>Independent Samples Test</i> .....</b>	<b>38</b>
<b>Tabel 4.4</b>	<b>: Gambaran Hipotesis Variabel Frekuensi Penggunaan Fungsi Dasar Jejaring Sosial Facebook .....</b>	<b>40</b>
<b>Tabel 4.5</b>	<b>: Katagorisasi Frekuensi Penggunaan Fungsi Dasar Jejaring Sosial Facebook .....</b>	<b>40</b>
<b>Tabel 4.6</b>	<b>: Gambaran Hipotesis Indikator Frekuensi Penggunaan Fungsi Dasar Jejaring Sosial Facebook .....</b>	<b>42</b>
<b>Tabel 4.7</b>	<b>: Katagorisasi Indikator Memposting Foto .....</b>	<b>43</b>
<b>Tabel 4.8</b>	<b>: Katagorisasi Indikator Memberikan Komentar .....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 4.9</b>	<b>: Katagorisasi Indikator Menggunakan <i>Wall</i> .....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 4.10</b>	<b>: Katagorisasi Indikator Mengirim <i>Private Massage</i> .....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 4.11</b>	<b>: Katagorisasi Indikator Menggunakan Aplikasi <i>Poke</i> .....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel 4.12</b>	<b>: Katagorisasi Indikator Membuat dan Ikut Serta Dalam Grup .....</b>	<b>47</b>
<b>Tabel 4.13</b>	<b>: Katagorisasi Indikator Memposting dan Keikutsertaan Dalam <i>Event</i> .....</b>	<b>47</b>
<b>Tabel 4.14</b>	<b>: Katagorisasi Indikator Merubah Status .....</b>	<b>48</b>

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>LAMPIRAN A</b>	<b>:</b>	<b>Alat Ukur Penelitian</b>
<b>LAMPIRAN B</b>	<b>:</b>	<b>Hasil Uji Normalitas</b>
<b>LAMPIRAN C</b>	<b>:</b>	<b>Hasil Analisa Data</b>
<b>LAMPIRAN D</b>	<b>:</b>	<b>Tabel Frekuensi</b>
<b>LAMPIRAN E</b>	<b>:</b>	<b>Tabulasi Data Mentah</b>
<b>LAMPIRAN F</b>	<b>:</b>	<b>Surat Penelitian</b>

## RIWAYAT HIDUP PENULIS



**SITI FATIMAH.** Putri pertama dari pasangan Bapak MF. Choiri dan Ibu Nuridah ini terlahir di Ponorogo pada tanggal 22 Desember tahun 1987. Menamatkan sekolah dasar pada tahun 2000 di SDN 059 Kerinci Kanan, kemudian melanjutkan ke SMPN 2 Kerinci Kanan dan menamatkannya pada tahun 2003, pada tahun yang sama penulis melanjutkan studi tingkat menengah di SMUN 6 Pekanbaru dan menyelesaikannya pada tahun 2006. Setelah itu penulis melanjutkan studi di salah satu Perguruan Tinggi Negeri yang ada di Pekanbaru pada tahun 2006, yaitu pada Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Qasim Riau pada Fakultas Psikologi, dan akhirnya penulis dapat menyelesaikan kuliahnya pada tahun 2011.

Selama menimba ilmu di UIN SUSKA Riau, penulis mendapatkan penghargaan berupa beasiswa prestasi dari Pemkab Siak pada tahun 2006 hingga 2010. Penulis juga aktif mengikuti program-program pelatihan Psikologi, pernah menjadi asisten dosen untuk mata kuliah Psikodiagnostik 5, menjadi tester psikotes untuk seleksi anggota BEM di Fakultas Kedokteran UR, selain itu penulis juga pernah mengikuti pembinaan mahasiswa berprestasi pada tahun 2009.